

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная**

Структура интернет-рынка и основные бизнес-модели

Направление подготовки/ специальность Образовательная программа (направленность (профиль)) Специализация Уровень образования	27.04.05 Инноватика Цифровой маркетинг Цифровой маркетинг высшее образование – магистратура			
Курс	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;">2</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">семестр</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">3</td> </tr> </table>	2	семестр	3
2	семестр	3		
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> </table>	3		
3				

Директор ШИП
Руководитель ООП
Преподаватель

	А.А. Осадченко
	И.А. Павлова
	О.Ю Корнева

2020

1. Роль дисциплины «Структура интернет-рынка и основные бизнес-модели» в формировании компетенций выпускника:

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
Структура интернет-рынка и основные бизнес-модели	3	ПК(У)-5	Способность разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ	ПК(У)-5.В3	Владеет опытом анализа и декомпозиции бизнес-процессов организации инновационной деятельности предприятия, подразделения
				ПК(У)-5.У3	Умеет моделировать бизнес-процессы организации
				ПК(У)-5.33	Знает методологию и методы управления инновационными проектами и процессами
		ПК(У)-10	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	ПК(У)-10.В 1	Владеет опытом анализа информации и баз данных о маркетинговой среде для принятия маркетинговых и управленческих решений
				ПК(У)-10. У1	Умеет принимать маркетинговые и управленческие решения на основе полученных результатов и отчетов
				ПК(У)-10. 31	Знает инструменты анализа информации и баз данных о маркетинговой среде

2. Показатели и методы оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (оценочные мероприятия)
Код	Наименование			
РД1	Производить анализ рыночной ситуации, анализ и декомпозицию бизнес-процессов организации инновационной деятельности предприятия, подразделения, моделировать бизнес-процессы организации с использованием методов управления инновационными проектами и процессами	ПК(У)-5	Раздел (модуль) 1. Структура интернет-рынка и основные направления интернет-бизнеса	Защита отчета по совокупности лабораторных работ
РД2	Руководить реализацией бизнес-задач, выбирать оптимальные инструменты и техплатформы цифрового маркетинга; разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ,	ПК(У)-10	Раздел (модуль) 2. Бизнес-модели	Защита отчета по совокупности лабораторных работ
РД3	Способность осуществлять разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией, планировать и координировать маркетинговые программы: маркетингового плана и контент-календаря; разрабатывать и формировать отчетность по маркетинговым программам с использованием специальных инструментов и платформ в цифровой среде для передачи результатов заказчику	ПК(У)-10	Раздел (модуль) 3. Финансы в интернет-бизнесе	Защита отчета по совокупности лабораторных работ

3. Шкала оценивания

Порядок организации оценивания результатов обучения в университете регламентируется отдельным локальным нормативным актом – «Система оценивания результатов обучения в Томском политехническом университете (Система оценивания)» (в действующей редакции). Используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения. Итоговая оценка (традиционная и литерная) по видам учебной деятельности (изучение дисциплин, УИРС, НИРС, курсовое проектирование, практики) определяется суммой баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации (итоговая рейтинговая оценка - максимум 100 баллов).

Распределение основных и дополнительных баллов за оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации устанавливается календарным рейтинг-планом дисциплины.

Рекомендуемая шкала для отдельных оценочных мероприятий входного и текущего контроля

% выполнения задания	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90%÷100%	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% - 54%	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

Шкала для оценочных мероприятий зачета

Степень сформированности результатов обучения	Балл	Соответствие традиционной оценке		Определение оценки
90% ÷ 100%	90 ÷ 100	«Отлично»	«Зачтено»	Отличное понимание, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% ÷ 89%	70 ÷ 89	«Хорошо»		Достаточно полное понимание, хорошие знания, умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одной из них не оценено минимальным количеством баллов
55% ÷ 69%	55 ÷ 69	«Удовл.»		Приемлемое понимание, удовлетворительные знания, умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% ÷ 54%	0 ÷ 54	«Неудовл.»	«Не зачтено»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

4. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Защита отчета по лабораторной работе	<p>Примерные вопросы к защите</p> <p>Примерные вопросы к защите:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Назовите определения основных терминов, используемых в работе 2. Дайте описание и временные характеристики процессам, которые описаны в лабораторной работе 3. Аргументируйте необходимость включенных процессов 4. Оцените предполагаемый эффект от реализации планируемых процессов
2.	Итоговый (зачетный) тест	<p>Вопросы итогового (зачетного) теста:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. К какому виду Интернет-аукциона относится данное утверждение: «Используется открытый формат предложений. Продавец назначает начальную цену, далее покупатели вступают в конкретную борьбу. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену»? <ol style="list-style-type: none"> a. Аукцион одновременного предложения b. Стандартный аукцион c. Голландский аукцион d. Аукцион закрытых предложений e. Двойной аукцион 2. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всего времени в сети? <ol style="list-style-type: none"> a. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые) b. «Brand Loyalists» (любители известных марок) c. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели) d. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники») e. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики) f. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки) 3. Какая из категорий покупателей покупают в сети из-за удобства и для экономии времени? <ol style="list-style-type: none"> a. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки) b. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики) c. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники») d. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)

Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
	<p>e. «Brand Loyalists» (любители известных марок) f. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)</p> <p>4. Для чего создаются дискуссионные листы?</p> <p>a. Предназначены для определенной целевой аудитории b. Для рассылки индивидуальных писем</p> <p>с. Для обмена информацией или обсуждения вопросов по выбранной теме, принимать участие могут все желающие</p> <p>5. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие сколько-нибудь значительных трудностей в распространении товаров среди достаточно большой аудитории покупателей (потребителей)»?</p> <p>a. Модель Интернет – экономики b. Модель традиционной экономики</p> <p>6. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?</p> <p>a. Модель традиционной экономики b. Модель Интернет – экономики</p> <p>7. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Отсутствие проблем с обеспечением сохранности денег у покупателей»?</p> <p>a. Модель Интернет – экономики b. Модель традиционной экономики</p> <p>8. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Наличие проблемы обеспечения сохранности электронных денег у покупателей, что обуславливается надежностью принятой к использованию безналичной платежной системы»?</p> <p>a. Модель традиционной экономики b. Модель Интернет – экономики</p> <p>9. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Привлечение капитала усложнено из-за необходимого строгого обоснования его последующего использования посредством разработки бизнес-плана»?</p> <p>a. Модель традиционной экономики b. Модель Интернет – экономики</p> <p>10. Какой модели экономики относится данное утверждение: «Эффективность функционирования электронного магазина обнаруживается в течении нескольких месяцев их эксплуатации»?</p>

Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
	<p>a. Модель традиционной экономики</p> <p>b. Модель Интернет-экономики</p> <p>11. Перечислите стадии проходимые потенциальным покупателем?</p> <p>a. Предпочтение</p> <p>b. Знание</p> <p>c. Убеждение</p> <p>d. Покупка</p> <p>e. Все ответы верны</p> <p>12. «Размещение тестово-графических рекламных материалов на контекстных площадках», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?</p> <p>a. Медийная реклама</p> <p>b. Всплывающие (pop-up) окна и sruwage</p> <p>c. Контекстная реклама</p> <p>d. Поисковая реклама</p> <p>e. Геоконтекстная реклама</p> <p>f. Спам</p> <p>g. Вирусная реклама</p> <p>h. Индивидуальные письма</p> <p>j. Рассылки подписчикам</p> <p>i. Продакт-плейсмент в онлайн играх</p> <p>13. Составляющими электронного бизнеса является?</p> <p>a. Электронная коммерция</p> <p>b. Составляющими электронного бизнеса являются оба варианта</p> <p>c. Не один из вариантов не является составляющим электронного бизнеса</p> <p>d. Комплексная автоматизация деятельности предприятия</p> <p>14. Какие существуют виды доставки товаров (услуг) купленных в интернет-магазине?</p> <p>a. Почта</p> <p>b. Электронная почта</p> <p>c. Не один из перечисленных</p> <p>d. Предоставление доступа к информационным услугам или каналам связи; импорт («скачивание»)</p> <p>e. Собственная служба доставки</p> <p>f. Все перечисленные</p>

Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
	<p>15. B2G - это модель взаимодействия?</p> <p>a. Бизнес-государство b. Потребитель-бизнес c. Бизнес-бизнес d. Бизнес-потребитель e. Потребитель-государство f. Потребитель-потребитель</p> <p>16. К каким способам раскрутки сайта относится данное утверждение: «Используя данные способы, вы сможете очень быстро получить результат, который, к сожалению, оказывается весьма не долгим.»?</p> <p>a. Черным способам раскрутки b. Серым способам раскрутки c. Белым способам раскрутки</p> <p>17. «Вид рекламы чаще всего встречается в мобильных телефонах с учетом местоположения пользователя, а так же реклама на веб-картах», какой вид Интернет-рекламы характеризует данное утверждение?</p> <p>a. Геоконтекстная реклама b. Рассылки подписчикам c. Спам d. Вирусная реклама e. Индивидуальные письма f. Контекстная реклама g. Продакт-плейсмент в онлайн играх h. Медийная реклама i. Поисковая реклама j. Всплывающие окна</p> <p>18. К какому виду интернет-аукциона относится данное утверждение: «Покупатель или продавец делают секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, которая предшествует максимальной?»</p> <p>a. Аукцион одновременного предложения b. Аукцион закрытых предложений c. Голландский аукцион d. Двойной аукцион</p>

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		<p>e. Стандартный аукцион</p> <p>19. К какой модели экономики относится данное утверждение: «Возможность оперативного посещения сети центров виртуальной торговли весьма упрощен, использования электронных средств навигации, исключающих необходимость физического посещения?»</p> <p>a. Модель традиционной экономики</p> <p>b. Модель Интернет-экономики</p> <p>20. C2C – это модель взаимодействия?</p> <p>a. Потребитель-потребитель</p> <p>b. Бизнес-потребитель</p> <p>c. Потребитель-государство</p> <p>d. Бизнес-государство</p> <p>e. Бизнес-бизнес</p> <p>f. Потребитель-бизнес</p>

5. Методические указания по процедуре оценивания

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
1.	Посещение занятий (П) – 24 шт	Посещение занятий (лекций, практик, лабораторных работ) оценивается в 1 балл. Общее количество аудиторных занятий (лекции, практики, лабораторные работы) – 24 шт (48 часов), общее число баллов, которое может получить студент (за исключением контрольных мероприятий) – 24 балла
2.	Выполнение отчета по лабораторной работе (ОЛБ) – 8 шт	Лабораторные работы выполняются в соответствии с календарным планом. Студенты объединены в рабочие группы, каждая из которых выполняет бизнес-кейс. Все работы выполняются на основе бизнес-кейсов заказчиков / собственных бизнес-кейсов. Отчеты по лабораторным работам выполняются в рамках самостоятельной работы. Выполнение каждой лабораторной работы в срок оценивается в 1 балл, общее число лабораторных работ 8 шт (16 часов), общее количество баллов за данный вид работ в рамках СРС – 8 баллов
3.	Защита отчета по лабораторной работе (ЗОЛБ) – 8 шт	Защита происходит устно, публично, с презентацией результатов этапа на конференц-неделях. Критерии оценивания одной защиты: <ul style="list-style-type: none"> • 1,5 балла Работа выполнена в полном объеме • 1,5 балла Работа выполнена корректно с рыночной точки зрения • 1,5 балла Работа оформлена в виде презентации • 1,5 балла Работа доложена участниками рабочей группы Суммарно за защиту каждой лабораторной работы каждый член рабочей группы получает 0-6 баллов. Всего в течение семестра каждый член рабочей группы может получить за выполнение этого мероприятия до 48 баллов
4.	Выполнение итогового (зачетного) теста(ЗТ) – 1 шт.	Тест выполняется письменно. Содержит 20 вопросов, правильный ответ на каждый из которых оценивается в 1 балл. Суммарно за выполнение итогового (зачетного) теста 0-20 баллов. Общее число баллов за выполнение этого мероприятия до 20.
5.	Зачет (З)	В рамках изучаемых разделов дисциплины осуществляется текущее оценивание степени освоения студентами изученного материала. Проверка освоения материала практических занятий проводится по результатам выполнения ИДЗ и практических работ. Допуск по итогу текущего контроля рассчитывается на основе суммы баллов, набранных за все виды оценочных мероприятий. Для допуска к зачету студенту необходимо набрать 54 балла и более по всем видам запланированных оценочных мероприятий. Минимальное допустимое число баллов для того, чтобы процедура зачета состоялась, составляет 55 баллов.

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ
2020 / 2021 учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина <i>«Структура интернет-рынка и основные бизнес-модели»</i>	Лекции	16	час.
«Отлично»	A	90 - 100 баллов		Практ. занятия	16	час.
«Хорошо»	B	80 – 89 баллов	Лаб. занятия	16	час.	
	C	70 – 79 баллов	Всего ауд. работа	48	час.	
«Удовл.»	D	65 – 69 баллов	CPC	60	час.	
	E	55 – 64 баллов	ИТОГО	108	час.	
Зачтено	P	55 - 100 баллов		3	з.е.	
Неудовлетворительно / незачтено	F	0 - 54 баллов				

Результаты обучения по дисциплине:

РД1	Способность осуществлять профессиональную коммуникацию в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для академического и профессионального взаимодействия
РД2	Способность публично выступать, составлять аннотации, рефераты, тексты на русском и иностранном языках
РД3	Способность оформлять и представлять результаты научно-исследовательской работы в виде статьи или доклада с использованием соответствующих инструментальных средств обработки и представления информации, в том числе на иностранном языке

Оценочные мероприятия:

Для дисциплин с формой контроля - зачет

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
Текущий контроль:		100	
П	Посещение занятия (ЛК, ПР, ЛБ)	48	48
ОЛБ	Выполнение отчета по лабораторной работе(ОЛБ)	8	16
ЗОЛБ	Защита отчета по лабораторной работе(ЗОЛБ)	8	16
ЗТ	Выполнение итогового (зачетного) теста(ЗТ)	1	20
Промежуточная аттестация:			
ЗАЧ		–	–
ИТОГО			100

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение			
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	31.авг	РД1	Лекция 1 Структура интернет-рынка	2		П	1	ОСН 1	ЭР 2,6		
			Лабораторная работа 1 Основные виды и инструменты e-рекрутинга.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		4	ОЛБ ЗОЛ Б	7	ОСН 2	ЭР 2		
2	07.сен	РД1									
			Практическое занятие 1 Кризис и реклама: что ждет интернет.	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		3			ДОП 1,2	ЭР 3,4,5		
3	14.сен	РД1	Лекция 2 Основные направления интернет-торговли и уровень их развития в России	2		П	1	ОСН 1	ЭР 2,6		
			Лабораторная работа 2 Интернет-аукционы.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		4	ОЛБ ЗОЛ Б	7	ОСН 2 ДОП 1,2	ЭР 3,4,5,6		
4	21.сен	РД1									
			Практическое занятие 2. B2C (бизнес – клиенту); B2B (бизнес – бизнесу); B2G (бизнес – государству); C2C (клиент – клиенту)	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		3			ОСН 2, ДОП 1,2	ЭР 3,4,5		
5	28.сен	РД1	Лекция 3 Туристический бизнес в интернет	2		П	1	ОСН 1	ЭР 2		
			Лабораторная работа 3 Интернет-трейдинг	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6		

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		4	ОЛБ ЗОЛ Б	7	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
6	05.окт	РД1	Практическое занятие 3. Преимущества использования интернет-технологий.	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 2 ДОП 2,3	ЭР 3,4,5	
			Лекция 4 Интернет-страхование	2		П	1	ОСН 1	ЭР 2,6	
7	12.окт	РД1	Лабораторная работа 4 Виртуальный офис страховой компании	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		4	ОЛБ ЗОЛ Б	7	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
			Практическое занятие 4. Виды страхования через интернет.	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
8	19.окт	РД1	Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
9	26.окт		Конференц-неделя 1							
			Всего по контрольной точке (аттестации) 1	24	30		40			
10	02.ноя	РД1	Лекция 5 Шаблон модели бизнеса	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Лабораторная работа 5 Построение бизнес-модели стартапа.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		4	ОЛБ ЗОЛ Б	7	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
11	09.ноя	РД3 РД4								
			Практическое занятие 5. Структура модели бизнеса: потребительские сегменты	2		П	1	ОСН 3	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		3			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
12	16.ноя	РД1	Лекция 6 Модели бизнеса: IKEA, Linux, Google, Яндекс, Facebook	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Лабораторная работа 6 Презентация бизнес-модели	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		4	ОЛБ ЗОЛ Б	7	ОСН 2, ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
13	23.ноя	РД1								
			Практическое занятие 6. Трансформация моделей бизнеса в банках страховых компаниях.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		3			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
14	30.ноя	РД2	Лекция 7 Электронные деньги.	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Лабораторная работа 7 Мобильный платеж МТС	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		4	ОЛБ ЗОЛ Б	7	ОСН 3 ДОП	ЭР 3,4,5,6	

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение			
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
								1,2,3			
15	07.дек	РД3 РД4	Практическое занятие 7. Мобильные платежи и мобильная коммерция	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6		
16	14.дек	РД2	Лекция 8 Интернет-банкинг	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3		
			Лабораторная работа 8 Внедрение нового интерфейса оплаты InPlat	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		4	ОЛБ ЗОЛ Б	7	ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6		
17	21.дек	РД2	Практическое занятие 8. Электронные платежные системы: PayPal, MoneyBookers, GoogleCheckOut, Ucash, Fethard Finance, NETTELLER и другие.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		4			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6		
18	28 дек		Конференц-неделя 2								
			Выполнение итогового (зачетного) теста			ЗТ	20				
			Всего по контрольной точке (аттестации) 2	24	30		100				
			Зачет			3					
			Общий объем работы по дисциплине	48	60		100				

Информационное обеспечение:

№ (код)	Основная учебная литература (ОСН)	№ (код)	Название электронного ресурса (ЭР)	Адрес ресурса
ОСН 1	Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А. Г. Сковиков. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 260 с. — ISBN 978-5-8114-3703-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/119637 (дата обращения: 27.07.2020).	ЭР 1	Справочно-правовая система КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
ОСН 2	Семенов, М.А. Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности бизнеса / М.А. Семенов, Л.И. Кашук // Вестник инновационного евразийского университета. — 2017. — № 2. — С. 30-35. — ISSN 1729-536X. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/311510 (дата обращения: 28.07.2020).	ЭР 2	Университетская информационная система Россия	http://www.cir.ru
ОСН 3	Ильин, В. В. Управление бизнесом: системная модель : учебное пособие / В. В. Ильин. — 3-е изд. (эл.). — Москва : Интермедиа, 2018. — 361 с. — ISBN 978-5-91349-055-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/114755 (дата обращения: 28.07.2020).	ЭР 3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://elibrary.ru
№ (код)	Дополнительная учебная литература (ДОП)	ЭР 4	Электронно-библиотечная система «Лань»	https://e.lanbook.com/
ДОП 1	Субботина, К. Е. Интернет-банкинг в России: история возникновения, возможности современных систем, проблемы развития = Internet banking in Russia: history, possibility of modern systems, and development problems [Электронный ресурс] / К. Е. Субботина // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине сборник научных трудов III Международной научной конференции, 23-26 мая 2016 г., Томск: в 2 ч.: . — 2016. — Ч. 2. — [С. 259-262]. — Заглавие с титульного экрана. — [Библиогр.: с. 262 (6 назв.)]. — Свободный доступ из сети Интернет.. Схема доступа: http://earchive.tpu.ru/handle/11683/31474 (контент)	ЭР 5	Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС)	https://www.biblio-online.ru
ДОП 2	Томас, А. К.. Современные бесконтактные электронные платежные системы [Электронный ресурс] / А. К. Томас; науч. рук. Л. М. Кузьменко // Прогрессивные технологии и экономика в машиностроении сборник трудов IX Всероссийской научно-практической конференции для студентов и учащейся молодежи, 5-7 апреля 2018 г., Юрга: / Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Юргинский технологический институт (ЮТИ) ; под ред. Д. А. Чинахова. — Томск : Изд-во ТПУ, 2018. — [С. 57-59]. — Заглавие с экрана. — [Библиогр.: с. 59 (4 назв.)]. — Свободный доступ из сети Интернет.. Схема доступа: http://earchive.tpu.ru/handle/11683/47075 (контент)	ЭР 6	НТБ ТПУ	http://www.lib.tpu.ru
ДОП 3	Панова, Е. А. Маркетинговый подход к оценке влияния нематериальных активов на стоимость компании : монография / Е. А. Панова, Т. П. Данько. — Москва : Дашков и К, 2016. — 216 с.			

— ISBN 978-5-394-02814-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/94040 (дата обращения: 27.07.2020).			
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--